

УДК 33.658+338.45:66

Р. С. Кравчук, асистент,
Івано-Франківський національний
технічний університет нафти і газу

ФОРМУВАННЯ КРИТЕРІЮ ЕФЕКТИВНОСТІ АСОРТИМЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ НАФТОПЕРЕРОБНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Ефективна асортиментна стратегія підприємства є одним із визначальних чинників успішного функціонування підприємства в ринкових умовах. Розроблено критерій ефективності асортиментної стратегії нафтопереробного підприємства.

Effective assortment strategy of enterprise is one of determinatives of the successful functioning of enterprise in market conditions. The criterion of efficiency of assortment strategy of oil-processing enterprise is developed.

В ринкових умовах важлива роль відводиться формуванню асортиментної стратегії підприємства, яка в значній мірі визначає частку підприємства на ринку, його прибутки, рентабельність і, загалом, його конкурентоспроможність.

Оскільки найважливішим показником ефективності роботи підприємства є рентабельність, тісно пов'язана з прибутком, то головним критерієм ефективності асортиментної стратегії підприємства є забезпечення максимальної рентабельності підприємства. При її оцінці повинні бути враховані валова виручка від продажів і всі витрати на виробництво продукції.

Асортиментна стратегія здійснює комплексний вплив на різні сторони діяльності підприємства, зачіпаючи витрати, обсяг і ціни, як в абсолютному вираженні, так і середні та середньозважені. Середньозважена ціна продукції підприємства $\bar{C}_{зв}$ — це ціна, одержувана шляхом розподілу вартості всієї товарної продукції підприємства P на її кількість V :

$$\bar{C}_{зв} = P/V.$$

Крім того, асортиментна стратегія опосередковано впливає на капітал через технології виробництва. Прибуток D є обсягом виробництва V помноженим на різницю ціни товару C і величини середніх витрат Z :

$$D = V(C - \bar{Z}).$$

Ринок нафти і нафтопродуктів є олігопольним і світовим, тобто ціна на нафту і нафтопродукти задана і підприємство слабо

впливає на її зміну. Проте підприємство може шляхом зміни асортименту вироблюваної продукції досягти збільшення середньозваженої ціни товарної продукції підприємства завдяки відмові від виробництва низькорентабельних товарів і збільшення виробництва високорентабельних товарів, що мають перспективи на ринку. Велике значення в зв'язку з цим має показник рентабельності продукту. При цьому необхідно враховувати прогноз зміни попиту на нафтопродукти. При цьому велику частину витрат нафтопереробного підприємства складають витрати на сировину, тобто на нафту, ціна якої тісно пов'язана з ціною на нафтопродукти. Таким чином підприємство має обмежені можливості з оптимізації витрат виробництва.

Для оптимізації обсягу виробництва і продажу продукції за кожним видом товарів з тим розрахунком, щоб рентабельність від реалізації товарів була максимальною, використаємо лінійну функцію:

$$(D_1V_1 + D_2V_2 + \dots + D_nV_n) / Z \rightarrow \max,$$

де D_i — прибуток від реалізації одиниці i -го товару ($i = 1, \dots, n$),

V_i — обсяг реалізації i -го товару,

Z — загальна сума витрат на виробництво і реалізацію товарів,

n — загальна кількість вироблених і запропонованих для реалізації товарів.

В процесі оптимізації необхідно також враховувати результати маркетингових досліджень, прогнози стану ринку, попит на товари. Важливе значення мають технологічні обмеження, зокрема природний склад нафти і потенціал нафтопереробного заводу по його переробці.

Необхідним елементом у системі управління асортиментною стратегією підприємства є прогнозування попиту. Прогнозні розрахунки попиту дозволяють визначити, який вплив на розмір попиту і його структуру здійснюють зміни доходів і фінансового стану підприємств, роздрібних цін товарів, розмірів виробництва і пропозиції і т.д.

Основними методами прогнозування попиту є методи статистичного моделювання, нормативний метод і метод експертних оцінок. Найбільш поширені методи прогнозування базуються на статистичних моделях, а саме структурних, регресійних і трендових моделях.

При прогнозуванні попиту на базі матеріалів статистики збуту вивчаються динамічні ряди продажу товарів (або реалізованого попиту) і чинники, що його спричиняють, тому для моделюван-

ня попиту використовуються багатофакторні динамічні моделі, криві зростання.

Для прогнозування попиту з урахуванням сезонної (квартальної, місячної та ін.) нерівномірності його прояву будуються моделі сезонної хвилі.

Література

1. Дубров А. М., Лагоша Б. А., Хрусталева Е. Ю. Моделирование рисков ситуаций в экономике и бизнесе. — М.: Финансы и статистика, 2000. — 174 с.
2. Шеремет А. Д., Сайфулин Р. С. Методика финансового анализа. — М.: Инфра-М, 1995. — 176 с.

УДК 658

О. В. Криворучкіна, канд. г. наук,
доц. кафедри економіки підприємств,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

РАЦІОНАЛЬНЕ ВИКОРИСТАННЯ МІНЕРАЛЬНО-СІРОВИННИХ РЕСУРСІВ УКРАЇНИ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ДЕРЖАВИ

Визначено пріоритетне значення мінерально-сировинної бази в економічному розвитку України. Обґрунтовано напрями підвищення конкурентоспроможності держави за рахунок реалізації ресурсозберігаючого підходу при видобутку корисних копалин.

The priority value of mineral-ore base in the economic development of the Ukraine is determined. The ways of increasing the competitive ability of state due to the realization of the resource-saving approach with the extraction of minerals are substantiated.

Загальна вартість природних ресурсів України за світовими цінами складає більше 5000 млрд доларів США, на частку мінерально-сировинних ресурсів припадає 26 %. В країні видобувається біля 5 % світового обсягу мінеральної сировини, у той час як територія складає лише 0,4 % світової [1]. За підрахунками російських вчених [2] загальна потенційна вартість підтверджених видобувних запасів корисних копалин у надрах всього світу дорівнює 88 трлн доларів, при цьому Україна займає 12 місце (2,2 % потенційної вартості всіх підтверджених запасів світу). За питомою вартістю запасів, що приходить на один квадратний кілометр території, Україна теж знаходиться на 12 місці (3,2 млн доларів/км²) та на 15 місці з питомою вартістю запасів, що